

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUKU TULIS SISWA MELALUI
SOCIAL MEDIA DALAM PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS***

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis
Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

LINDA ANDRIANA WIJAYA

10 09 04018 / kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUKU TULIS SISWA
MELALUI *SOCIAL MEDIA* DALAM PEMBENTUKAN *BRAND
AWARENESS***

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis
Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

LINDA ANDRIANA WIJAYA

No. Mhs : 10 09 04018 / KOM

Disetujui oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUKU TULIS SISWA
MELALUI *SOCIAL MEDIA* DALAM PEMBENTUKAN *BRAND
AWARENESS*

(Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis
Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)

Penyusun : Linda Andriana Wijaya

NIM : 10 09 04018

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : 25 September 2014

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai I
Gedung FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F.Anita Herawati, Sip, M.Si

Penguji Utama

Y.Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA.

Penguji I

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Linda Andriana Wijaya

Nomor Mahasiswa : 10 09 04018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : **Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis Siswa Melalui *Social Media* dalam Pembentukan *Brand Awareness*. (Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 11 September 2014

Saya yang menyatakan,



Linda Andriana Wijaya

LINDA ANDRIANA WIJAYA

10 09 04018 / KOM

**Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis Siswa Melalui *Social Media*
dalam Pembentukan *Brand Awareness***

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis
Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)**

ABSTRAK

Media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dalam mempromosikan suatu produk dan mengenalkan produk tersebut kepada konsumennya. Melalui media sosial, sebuah perusahaan dapat memanfaatkannya sebagai salah satu media untuk mengenalkan kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap khalayak umum lebih luas. Membentuk sebuah kesadaran merek (*brand awareness*) merupakan tujuan awal dari perusahaan yang memiliki produk yang baru dihasilkan. Penelitian ini menggunakan Buku Tulis Siswa sebagai subjek penelitian karena merek ini merupakan merek baru dalam perlengkapan sekolah berupa buku tulis bergaris yang menggunakan Twitter sebagai salah satu media dalam membentuk *brand awareness*.

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan bahwa terdapat relevansi antara teori yang digunakan dengan hasil temuan data. Buku tulis Siswa menggunakan Twitter sebagai salah satu media untuk membentuk brand awareness karena disesuaikan dengan konsumennya yang merupakan anak-anak dan pelajar yang dianggap aktif dalam bersosial media yakni Twitter. Melalui twitter Buku Tulis Siswa @Siswa_Asik, followers dapat mengetahui *update* terbaru dan berinteraksi langsung serta dapat meningkatkan pembentukan brand awareness buku tulis Siswa pada khalayak lain yang belum mengetahui buku Siswa di Twitter.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif guna memaparkan hasil temuan data yang ditemukan di lapangan yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang digunakan untuk menganalisisnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dilengkapi dengan triangulasi data untuk kepentingan keabsahan data temuan.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran online, twitter, brand awareness



FEAR

(FACE EVERYTHING AND RISE)

OR

(FORGET EVERYTHING AND RUN)

LOVELY PRESENTED FOR :

MY BEST GUARDIAN, JESUS CHRIST!

MY BELOVED FAMILY

AND ALL PEOPLE AROUND ME

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mendampingi dan memberikan pencerahaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “**Strategi Komunikasi pemasaran Buku Tulis Siswa Melalui *Social Media* dalam Pembentukan *Brand Awareness*. (Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Tulis Siswa melalui Twitter dalam Pembentukan *Brand Awareness*)”.**

Laporan penelitian ini merupakan hasil dari observasi segala bentuk aktivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Twitter selama satu tahun sejak dibuatnya twitter buku tulis Siswa Mei 2013, meliputi strategi hingga proses eksekusi dalam meningkatkan *awareness* kepada masyarakat luas.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tidaklah mudah dan penulis menjumpai berbagai masalah, namun atas berkat dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan laporan tersebut sebaik mungkin. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa syukur dan terimakasih yang tulus kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberkati.
2. Dosen pembimbingku Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA.
3. Mbak Wida Ningsih selaku analisis marketing buku tulis Siswa.
4. Mbak Prima selaku admin Twitter @Siswa_Asik.

5. Sela dan Sari sebagai narasumber pendukung yang memberikan waktu untuk membagikan informasi sekaligus wawancara.
6. Mama Anna dan kakak Lanny yang senantiasa memberikan dukungan dan doa.
7. Anthony Oetomo, Cynthia Octavia, Maria Daryanto, Agnes Sylviana dan Hilda Virgiani yang telah memberikan support.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat berguna dan bermanfaat dalam meningkatkan kualitas di perusahaan Buku Tulis Siswa serta di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN ABSTRAKSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8

E. Kerangka Teori.....	9
F. Definisi Konsep.....	21
G. Metodologi Penelitian	28
BAB II: DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	32
A. Sejarah Perusahaan.....	32
B. Logo	33
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	34
D. Struktur Organisasi	35
E. Produk	37
F. Pemasaran	39
G. Deskripsi Twitter.....	44
BAB III: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Hasil Analisis Data.....	68
BAB IV: PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 :	Top 10 Aktivitas Netizen Indonesia	3
Gambar 1.2 :	Model Komunikasi Pemasaran	10
Gambar 1.3 :	<i>Consumer-Based Brand Equity Framework</i>	20
Gambar 1.4 :	Definisi Konsep	21
Gambar 2.1 :	Logo Buku Tulis Siswa	33
Gambar 2.2 :	Logo Perusahaan CV. Payung Asli	34
Gambar 2.3 :	Struktur Organisasi Perusahaan	36
Gambar 2.4 :	Foto Produk – edisi coboy junior 2013	37
Gambar 2.5 :	Foto Produk – edisi karikatur pemain bola dunia	37
Gambar 2.6 :	Foto Produk – edisi funny cartoon	38
Gambar 2.7 :	Foto produk - Edisi Teenage Mutant Ninja Turtle 2014	38
Gambar 2.8 :	Foto Produk - Edisi Super Hero Volt 2014	38
Gambar 2.9 :	Desain baju <i>branding</i> Hik Gaul Pak Mul	40
Gambar 2.10 :	Stand Buku Siswa	41
Gambar 2.11 :	Kunjungan Siswa di Sekolah Dasar	42
Gambar 2.12 :	Iklan buku tulis Siswa di TV	42
Gambar 2.13 :	Contoh iklan cetak buku tulis Siswa	43
Gambar 2.14 :	Website CV Payung Asli	44
Gambar 2.15 :	Website Buku Tulis Siswa	44
Gambar 2.16 :	Twitter Buku Tulis Siswa	45

Gambar 2.18 :	Tampilan Twitter dan <i>trending topic</i>	47
Gambar 3.1 :	Print Screen Gebyar Buku Tulis Siswa 2013	54
Gambar 3.2 :	Print Screen Tweet Folback Siswa	55
Gambar 3.3 :	Print Screen Tweet <i>feedback</i> Siswa	56
Gambar 3.5 :	Twitter Buku Tulis Siswa	58
Gambar 3.6 :	Facebook Buku Tulis Siswa	58
Gambar 3.7 :	Twitter Foto Suka-Suka Buku Tulis Siswa	60
Gambar 3.8 :	Promosi Event Coboy Junior Buku Tulis Siswa di Twitter	62
Gambar 3.9 :	Tweet Gebyar Buku Tulis Siswa di Twitter	62
Gambar 3.10 :	Printscreen Senam Asik buku Siswa di Twitter	63
Gambar 3.11 :	Print Screen New Release buku tulis Siswa di Twitter	64
Gambar 3.12 :	Print Screen kuis bulanan buku tulis Siswa di Twitter	65
Gambar 3.13 :	Print Screen tweet followers di Twitter @Siswa_Asik	67
Gambar 3.14:	Print Screen tweet followers di Twitter @Siswa_Asik	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:	Print Screen Buku Tulis Siswa – Tweet tentang interaksi	85
LAMPIRAN 2:	Print Screen Buku Tulis Siswa – Tweet tentang <i>feedback</i>	85
LAMPIRAN 3:	Print Screen Buku Tulis Siswa – Tweet <i>brand knowledge</i>	86
LAMPIRAN 4:	Print Screen Buku Tulis Siswa – Tweet #FotoSukaSukaSiswa	86
LAMPIRAN 5:	Poster Bazar Buku Tulis Siswa	87
LAMPIRAN 6:	Interview Guide	88
LAMPIRAN 7:	Transkrip Wawancara	93
LAMPIRAN 8:	Matrik Penelitian	104